



Concurrences

REVUE DES DROITS DE LA CONCURRENCE | COMPETITION LAW REVIEW

Emmanuel COMBE, Autorité de la concurrence : La politique de la concurrence – Au-delà des sanctions, une adaptation aux nouvelles réalités économiques

Interview | Concurrences N° 2-2018 | pp. 19-23

www.concurrences.com

Emmanuel Combe

Vice-président, Autorité de la concurrence, Paris

Emmanuel Combe

Vice-président, Autorité de la concurrence, Paris

Interview réalisée Didier Théophile, Associé,
Darrois Villey Maillot Brochier, Paris

Emmanuel COMBE, Autorité de la concurrence : La politique de la concurrence – Au-delà des sanctions, une adaptation aux nouvelles réalités économiques

Depuis 2017

Professeur affilié à Skema Business School

Depuis 2012

Vice-président,
Autorité de la concurrence
Reconduit en 2017

2009-2012

Chargé de mission,
Ministre de l'Éducation Nationale
(2009-2012)

2007-2009

Chargé de mission,
Secrétaire d'État à la consommation,
à l'industrie et au tourisme

Depuis 2005

Professeur à l'Université de Paris I
Panthéon Sorbonne

1998

Agrégé des facultés de droit
et sciences économiques

Pouvez-vous nous rappeler votre parcours professionnel et universitaire ?

Tout en étudiant l'histoire à l'École Normale Supérieure (LSH), j'ai découvert les oeuvres de grands économistes, au premier rang desquels Adam Smith et Joseph Schumpeter. Ce premier contact par les textes m'a convaincu de la puissance de la science économique pour comprendre la dynamique des marchés et les stratégies d'entreprise. J'ai alors décidé d'entreprendre des études d'économie industrielle, qui m'ont conduit à rédiger une thèse de doctorat à l'Université de Paris-1. J'ai choisi ensuite d'embrasser la carrière académique, comme maître de conférences puis comme professeur des Universités, en passant l'agrégation du supérieur en 1998. J'ai eu également l'opportunité pendant plusieurs années de travailler en cabinet ministériel, avant de rejoindre en 2012 l'Autorité de la concurrence, comme Vice-Président.

Mes réflexions et travaux académiques portent principalement sur la place des règles en économie de marché, et tout particulièrement des règles de concurrence. Dans une économie de marché, marquée par un processus permanent et turbulent de "destruction créatrice", la question des règles du jeu se révèle délicate : d'un côté, trop de règles peuvent brider la dynamique des marchés, l'esprit d'entreprendre et in fine la croissance économique ; mais à l'inverse, une insuffisance de règles efficaces peut aussi générer des abus de pouvoir de marché, au détriment des nouveaux entrants ou de la concurrence par les mérites. J'ai travaillé tout à tour sur des sujets comme les brevets dans la pharmacie, les sanctions contre les cartels, le portrait robot des cartels ou l'impact sur la concurrence des nouveaux modèles économiques. J'ai en particulier contribué au débat économique sur les "sanctions optimales" à l'encontre des cartels, en défendant la thèse empirique selon laquelle l'augmentation du niveau des sanctions en Europe ne conduisait pas pour autant la Commission Européenne à pratiquer la "sur-dissuasion". L'augmentation des sanctions à partir des années 2000 a davantage relevé d'un rattrapage que de l'excès de zèle. Je me suis également intéressé à la question de l'impact sur la concurrence du modèle low cost. Ce modèle est riche d'enseignements, notamment quant à la capacité de nouveaux acteurs à venir "disrupter" un marché, en redéfinissant de fond en comble les contours des produits et services. L'irruption du low cost montre à quel point la concurrence relève d'un processus dynamique et évolutif : dans le transport aérien, alors que les compagnies low cost n'étaient pas au départ concurrentes des opérateurs historiques, elles le sont

progressivement devenues. Le low cost constitue un exemple utile pour comprendre les mutations en cours dans d'autres secteurs, marqués aujourd'hui par la disruption numérique et l'arrivée de nouveaux acteurs tels que les plateformes.

Monsieur le vice-président, vous présidez la section 4 de l'Autorité de la concurrence et avez eu l'occasion de traiter d'affaires importantes, notamment en matière de cartels. Pourriez-vous nous parler des affaires qui, selon vous, méritent une attention particulière ?

Précisons d'emblée que les décisions rendues le sont au nom du Collège de l'Autorité. Parmi les types d'affaires les plus emblématiques que ma section a eu à traiter, j'en retiendrai trois principales.

Tout d'abord, en matière de cartels et d'ententes sur les prix, l'affaire des messageries (décembre 2015) et celle des produits d'hygiène et d'entretien (décembre 2014) sont venues rappeler, si besoin était, la gravité des pratiques mises en œuvre : les concertations sur des hausses tarifaires constituent toujours des infractions par objet. La gravité des pratiques n'a pas empêché l'Autorité de tenir compte des circonstances individuelles dans la détermination du montant final de la sanction : on notera ainsi que les difficultés financières avérées de six entreprises ont conduit à des réductions de sanction supérieures à 90 %, atteignant même dans un cas 99,9 %. On constate également, dans l'affaire des messageries mais aussi dans une autre affaire que ma section a eu à traiter – celle des agences de mannequins (septembre 2016) –, que le syndicat professionnel du secteur a joué un rôle, parfois très actif, dans l'organisation de l'entente. Il est donc logique qu'il ait été également sanctionné, de manière autonome.

En deuxième lieu, dans l'affaire *Vente Privée.com* (novembre 2014), le Collège a prononcé un non-lieu au double motif que l'existence d'un marché pertinent de la vente événementielle en ligne n'était pas établie et que, compte tenu des évolutions rapides du secteur, il n'était plus approprié de refaire une analyse du marché. Cette décision est importante, dans la mesure où le Collège a remis au centre de la définition du marché pertinent la notion de substituabilité du côté de la demande, au-delà des différences des canaux de distribution. Les caractéristiques et les spécificités physiques, techniques ou fonctionnelles du produit, si elles peuvent contribuer à expliquer le comportement des demandeurs, ne permettent pas à elles seules d'évaluer le degré de substituabilité de ce produit avec d'autres.

En troisième lieu, en juin 2016, l'Autorité a sanctionné l'un des leaders mondiaux du secteur du zinc pour abus de position dominante. Deux points particuliers méritent l'attention. L'étape préalable et nécessaire de délimitation du marché pertinent s'est appuyée comme toujours sur un faisceau d'indices, mais dans le cas d'espèce figure une "expérience naturelle" de hausse de prix, confortée par les propres documents internes de l'entreprise. En effet, il est apparu que la forte hausse du cours du zinc en 2006, observée et documentée, ne s'était pas accompagnée d'une baisse de la demande de zinc laminé destiné à la

couverture. Plus encore, la décision a été l'occasion de rappeler que l'abus de position dominante sous la forme d'une exclusivité d'approvisionnement ne s'appréciait pas uniquement de manière formelle, sur la seule base d'une clause d'exclusivité qui se suffirait à elle-même. Il peut aussi être établi en analysant, au moyen d'un faisceau d'indices, la politique commerciale de l'entreprise dominante, afin de démontrer qu'elle conduit en pratique à verrouiller le marché. C'est à la lumière de ce principe que l'Autorité a démontré, dans l'affaire du zinc, que la présence d'une clause d'exclusivité de promotion, l'existence d'une surveillance par la clause de stock et de prévision unilatérale d'achat et la mise en place d'un système de menaces et de reprécailles concouraient, prises ensemble, à l'abus de position dominante.

Membre du Conseil de la concurrence dès 2005, vice-président de l'Autorité depuis 2012, quel regard portez-vous sur le positionnement de l'Autorité au cours des dernières années et son évolution ?

Ce qui me frappe le plus depuis que je suis à l'Autorité, c'est la capacité qu'a le droit de la concurrence à s'adapter en permanence aux évolutions du marché, pourtant parfois rapides et brutales. Le droit de la concurrence est une matière suffisamment générique et plastique, avec des concepts larges – marché pertinent, position dominante, etc. – pour pouvoir s'adapter à la nouveauté, sans qu'il soit besoin de créer de catégories nouvelles. Prenons l'exemple des plateformes numériques : si leurs caractéristiques sont singulières – marché biface, effets de réseau –, elles ne remettent pas en cause la grille de lecture qui consiste toujours à caractériser, le cas échéant, l'existence d'une position dominante et d'un abus, qui peut prendre de multiples formes. L'approche au cas par cas permet de prendre en compte toutes les spécificités, fussent-elles nouvelles, à l'intérieur d'un cadre d'analyse établi et éprouvé. Le défi qui est posé à l'Autorité est plutôt celui de la rapidité d'intervention, alors que les cycles d'innovation sont devenus parfois très courts. Il nous faut donc trouver le juste équilibre entre rapidité de l'intervention et maintien de garanties procédurales fondamentales.

“Le droit de la concurrence est une matière suffisamment générique et plastique, avec des concepts larges (...) pour pouvoir s'adapter à la nouveauté, sans qu'il soit besoin de créer de catégories nouvelles.”

Si l'on se tourne vers l'avenir, quel chantier souhaitez-vous porter avec l'Autorité de la concurrence ?

Le numérique s'est développé dans tous les secteurs, sous des formes très différentes : plateformes d'intermédiation, publicité en ligne, comparateurs de prix, commerce en ligne, etc. Dès 2016, l'Autorité a fait évoluer sa pratique

sur le sujet, à l'occasion de l'affaire *FNAC/Darty* : pour la première fois, elle a défini un marché incluant les canaux de distribution en ligne et en magasins physiques. Plus récemment, après le bilan d'étape des engagements Booking en février 2017, la décision de concentration *Seloger.com* en février 2018, l'Autorité a rendu en mars 2018 un avis important et structurant sur la publicité en ligne, son fonctionnement et ses acteurs. Sans préjuger de l'avenir, l'Autorité a relevé plusieurs problèmes signalés par des acteurs, et notamment de possibles stratégies de couplage, d'exclusivité, d'effet de levier ou de pratiques discriminatoires, susceptibles d'être appréhendées sous l'angle du droit de la concurrence. La présidente, Isabelle de Silva, a clairement engagé l'Autorité sur le sujet du numérique : il n'est pas exclu qu'à l'avenir l'Autorité s'exprime sur la question des algorithmes, comme elle l'avait fait en 2015 sur la question du big data.

Un second chantier important est celui de l'*advocacy*, qui participe de l'efficacité de notre action répressive. En effet, contrairement à une vision réductrice, l'*advocacy* va bien au-delà de la seule diffusion d'une culture de concurrence auprès des acteurs, même si elle y participe. L'*advocacy* permet aussi de détecter au sein de l'entreprise de possibles infractions "par méconnaissance" des règles de concurrence : si nul n'est censé ignorer la loi, force est de constater que l'ignorance du droit de la concurrence peut inciter des entreprises, notamment des PME, à s'engager dans des pratiques illicites telles que des prix de revente imposés sur Internet ou des pratiques d'entente sur les prix par le biais d'un syndicat professionnel. Connaître les règles permet aussi de prévenir les infractions et d'y mettre fin, notamment par le biais de la procédure de clémence. À cet égard, l'Autorité termine la rédaction d'un petit guide à destination des PME, qui présentera de manière simple et rigoureuse les principes du droit de la concurrence. L'*advocacy* vient également renforcer l'effet dissuasif de la sanction, lorsque la décision de l'Autorité prévoit par exemple une injonction de publication. Bref, l'*advocacy* fait partie intégrante de notre mission principale de maintien de l'ordre public économique.

“L'*advocacy* va bien au-delà de la seule diffusion d'une culture de concurrence auprès des acteurs (...). Elle fait partie intégrante de notre mission de maintien de l'ordre public économique.”

Vos travaux montrent l'intérêt que vous portez à certains secteurs, notamment le low cost, qui est une économie que vous connaissez particulièrement bien. Avec le recul, quel regard portez-vous sur le low cost dans l'aérien (bilan et perspective) ?

Le low cost est un modèle désormais ancré dans le paysage économique – Ryanair a déjà 30 ans, sans même parler d'Aldi, né à la suite de la Seconde Guerre mondiale – mais il reste d'une grande actualité et pertinence pour qui veut

comprendre “l'innovation disruptive” et la dynamique de la “destruction créatrice”. Dans le cas de l'aérien, le low cost est entré sur le marché “par le bas”, en offrant un produit simplifié à l'extrême, volontairement dégradé par rapport à celui des grandes compagnies, mais avec un bon rapport qualité-prix. Au départ, il ne se présentait d'ailleurs pas comme un concurrent frontal : il ciblait des clients délaissés par les opérateurs installés. Dans l'aérien, il a fait voyager ceux qui ne voyageaient pas : l'effet d'induction sur le trafic a été considérable. Puis, au cours du temps, les low cost ont élargi leur cible et se sont même attaqués au cœur du marché : ils sont venus progressivement marcher sur les plates-bandes des opérateurs historiques, en attirant la clientèle des hommes d'affaires au départ de grands aéroports, avec de la fréquence, des horaires adaptés et de la flexibilité. Les leaders historiques de l'aérien n'ont pas toujours vu venir la menace ou l'ont sous-estimée. Face au low cost, la seule stratégie gagnante est d'aller sur leur terrain, pour se battre à armes égales, par exemple en créant ou en rachetant une filiale low cost. Je constate que, dans l'aérien, le low cost a imposé son modèle en Europe sur les vols moyens-courriers, avec une part de marché proche de 50 % : efficacité opérationnelle et simplicité du produit sont devenues les deux maîtres-mots de tous les opérateurs. Après avoir conquis les vols intra-Europe, le low cost aérien se cherche aujourd'hui une nouvelle voie, sur le long courrier transatlantique. Les expériences foisonnent et il est probable que le modèle trouvera la voie de la rentabilité demain, même si les leviers seront très différents de ceux qui ont fait son succès sur le moyen-courrier. L'aérien est un secteur dans lequel la turbulence du marché ne s'arrête jamais : c'est la révolution concurrentielle permanente.

Justement, concernant l'innovation disruptive, au-delà de l'exemple du low cost, pourriez-vous nous dire comment celle-ci peut influencer le droit de la concurrence ?

L'innovation disruptive est un cas particulier d'innovation qui se caractérise par le fait que l'outsider rentre sur le marché, en s'affranchissant des barrières existantes. Il crée en réalité son propre modèle économique, en adressant une clientèle nouvelle, avec une offre de produits et services différenciée par rapport à ce qui existe. Prenez le cas de plateformes comme Airbnb : au sens strict, ils ne sont pas entrés sur le marché de l'hôtellerie, que ce soit dans leur offre ou même du point de vue de leur clientèle. On aurait donc tendance à penser qu'ils sont sur un segment de marché différent de celui de l'hôtellerie. Mais la chose se complexifie dès lors que l'on raisonne en dynamique : le nouvel entrant peut enrichir son produit au cours du temps pour le rapprocher de celui des opérateurs installés ; de leur côté, les clients peuvent aussi se mettre à arbitrer entre les modèles, rendant la distinction entre les deux offres plus délicate à établir. Le cas d'Airbnb est à cet égard intéressant : une étude empirique récente sur le cas du Texas montre que le degré de concurrence qu'exerce Airbnb sur les hôtels est très différencié selon les types d'hôtels. La situation n'est pas binaire, mais dépend de multiples variables telles que le niveau de gamme, l'offre de services ou l'existence de programmes de fidélité. L'innovation disruptive pose

donc une question importante au droit de la concurrence, notamment dans les affaires d'abus de position dominante ou de contrôle des concentrations : celle de la définition des contours du marché, lorsqu'un marché évolue très vite. Mais l'innovation disruptive vient aussi questionner l'appréciation de la position dominante : un outsider, avec une part de marché pourtant limitée, peut exercer une pression concurrentielle forte sur une entreprise installée. La part de marché de l'outsider peut sous-estimer en réalité son vrai poids concurrentiel sur le marché.

Revenons au cœur de l'activité de l'Autorité de la concurrence : la lutte contre les cartels, et en particulier leurs sanctions. Comment pensez-vous que celles-ci vont évoluer dans les années qui viennent ? Va-t-on sanctionner plus fréquemment les personnes physiques ?

Je ne peux pas préjuger de l'avenir concernant les sanctions en matière de cartels. Mais le message délivré depuis maintenant plusieurs années, en France comme en Europe, est clair et sans ambiguïté : les cartels sont la pratique anticoncurrentielle la plus grave et il est donc justifié d'imposer des sanctions qui soient à la fois proportionnées et dissuasives. N'oublions pas que la sanction poursuit toujours un double objectif de dissuasion, comme l'a rappelé la cour d'appel de Paris dans l'arrêt *Géodis Overseas* (2002) : une dissuasion individuelle, visant à sanctionner les auteurs de l'infraction, mais aussi une dissuasion "générale", consistant à envoyer un signal clair à l'ensemble du marché et des contrevenants potentiels.

“La question qui est aujourd'hui posée en matière de lutte contre les cartels est celle d'un possible élargissement des sanctions aux personnes physiques.”

La question qui est aujourd'hui posée en matière de lutte contre les cartels est celle d'un possible élargissement des sanctions aux personnes physiques, comme cela existe dans des pays comme le Royaume-Uni, sans même parler des États-Unis. Force est de constater qu'en France, la pénalisation des pratiques anticoncurrentielles, si elle existe sur le papier au travers de l'article L. 420-6, est restée lettre morte jusqu'ici. Tout d'abord parce que les critères permettant de démontrer la part "personnelle" et "déterminante" d'une personne physique dans l'organisation d'un cartel sont délicats à établir ; mais aussi parce que les sanctions pénales sous la forme d'amende ou de peine de prison ne sont pas adaptées à notre culture, contrairement au cas américain. À titre personnel, je crois que la pratique de la disqualification des managers serait plus efficace et proportionnée et mérite d'être discutée, à condition qu'elle ne porte pas atteinte à l'attractivité de notre programme de clémence. Mais au-delà de la question des outils, je suis convaincu qu'une action sur les personnes physiques peut se justifier, comme je l'ai montré dans l'article "Cartels et comportements des managers" : les managers, pour des raisons qui leur sont propres et qui

sont différentes de celles de leur entreprise (progression rapide dans la carrière, octroi d'un bonus, etc.), peuvent avoir intérêt à violer les règles de concurrence. Il peut donc y avoir un alignement d'incitations entre actionnaires et managers pour enfreindre les règles du jeu. Plusieurs biais de comportement, comme le biais de surconfiance ou de disponibilité, font que le choix d'une pratique de cartel peut devenir un calcul rationnel pour le manager, dès lors qu'il n'encourt aucun risque à titre personnel. Bien entendu, l'action répressive à l'encontre des personnes physiques n'est pas alternative aux sanctions à l'encontre des personnes morales et ne dispense pas non plus les entreprises de mettre en place des programmes de conformité ou des contrats de travail adéquats. Mais l'expérience montre que la conformité n'est pas une condition suffisante pour dissuader les infractions. La possibilité d'une intervention de la main visible des pouvoirs publics, *via* des sanctions pénales, paraît donc fondée.

Parmi les secteurs dont les enjeux sont importants figure la pharmacie ; quel bilan faut-il tirer de l'action de l'Autorité dans ce secteur ?

L'action de l'Autorité a été particulièrement riche dans ce secteur depuis 2012. Sur le plan contentieux, la pratique française a porté principalement sur des affaires de dénigrement de génériques (Plavix, Subutex, Fentanyl), qui ont été appréhendées sous l'angle de l'abus de position dominante. C'est une spécificité française en Europe, me semble-t-il. L'Italie et le Royaume-Uni ont traité récemment de cas d'abus d'exploitation par des prix excessifs, ce que nous n'avons pas connu en France ; la Commission, de son côté, a rendu plusieurs décisions importantes sur des accords de *pay for delay*, en mobilisant une approche d'infraction par objet.

“Dans un monde numérique et disruptif, la stratégie gagnante est toujours celle consistant à s'adapter, à transformer la contrainte en opportunité : on n'arrête jamais les révolutions technologiques et commerciales avec des règles malthusiennes ou en misant sur le *statu quo*.”

Dans le cadre d'avis, l'Autorité s'est penchée à deux reprises sur la question de la vente en ligne de médicaments sans prescription, en mobilisant une approche raisonnée : sans remettre en cause le choix du gouvernement d'un adossement du site à une pharmacie d'officine (modèle *click and mortar*), elle a encouragé les pouvoirs publics à être moins restrictifs. Il n'y a en effet aucune raison pour que les obligations qui pèsent sur la vente en ligne, sous la responsabilité d'un pharmacien d'officine, soient plus fortes que celles sur les ventes au comptoir. De plus, nous devons sortir d'une approche trop frileuse : la vente en ligne doit être envisagée à la fois comme une

amélioration du service rendu aux patients (que ce soit en termes d'horaires ou d'accessibilité), mais aussi comme un facteur de compétitivité et de différenciation du côté des officines françaises. En effet, brider excessivement la vente en ligne, ce serait de fait encourager le développement et les achats de médicaments sur des sites localisés hors de France, sans même compter l'arrivée possible demain de *pure players* issus de la grande distribution. Il est de l'intérêt même de la pharmacie d'officine française de s'emparer de ce nouveau canal de distribution, pour en faire un canal complémentaire de la délivrance de médicaments au comptoir. Dans un monde numérique et disruptif, la stratégie gagnante est toujours celle consistant à s'adapter, à transformer la contrainte en opportunité : on n'arrête jamais les révolutions technologiques et commerciales avec des règles malthusiennes ou en misant sur le *statu quo*. Le plus efficace est d'accompagner les mutations par des règles proportionnées, notamment en matière de qualité et de sécurité, mais sans trop brider les nouveaux modèles économiques et technologiques.

Concernant la distribution de médicaments à prescription médicale facultative, l'Autorité a clairement pris position dans son avis de 2013 en faveur d'une ouverture raisonnée du monopole officinal, sans remettre en cause le monopole pharmaceutique. Elle n'a pas été entendue par le gouvernement de l'époque. Je constate que d'autres pays l'ont fait, et notamment l'Italie en 2005. À l'occasion de l'avis à venir sur le secteur de la santé, l'Autorité se penchera à nouveau sur cette question, en insistant sur les nécessaires contreparties qui doivent accompagner l'ouverture du monopole officinal à de nouveaux acteurs. L'avis sera également l'occasion pour l'Autorité de s'exprimer sur la question de l'ouverture possible du capital des pharmacies et des chaînes de pharmacies.

Une question plus générale pour terminer. En matière de cartel, les praticiens notent une résurgence forte des infractions par objet. Quelle appréciation l'économiste que vous êtes porte-t-il sur cette évolution ?

En tant qu'économiste, cela ne me pose aucun problème de considérer les cartels et pratiques de coordination sur les prix futurs comme des infractions par objet, même si cela revient indirectement à faire passer la question des effets au second plan. Les cartels doivent être considérés pour ce qu'ils sont : la pratique anticoncurrentielle la plus grave, tout simplement parce qu'elle ne s'accompagne d'aucun gain d'efficacité, en contrepartie de la hausse de prix. Le cartel s'apparente tout simplement à du vol,

c'est-à-dire à un transfert involontaire de richesse des clients vers les entreprises cartellisées. Au-delà du transfert de surplus, le cartel vient rationner la demande et limiter l'incitation à se restructurer et à innover. L'approche juridique des cartels, fondée sur la gravité me semble devoir prendre le pas sur l'approche économique fondée sur les effets, afin d'envoyer un signal fort à tous les acteurs du marché : effet ou pas, le cartel reste et restera la pratique inadmissible par principe en économie de marché. Cette pratique appelle des sanctions qui soient réellement dissuasives.

“Les cartels doivent être considérés pour ce qu'ils sont : la pratique anticoncurrentielle la plus grave, tout simplement parce qu'elle ne s'accompagne d'aucun gain d'efficacité, en contrepartie de la hausse de prix. Le cartel s'apparente tout simplement à du vol.”

J'ajoute qu'une infraction par objet n'est pas équivalente à une interdiction *per se* : un cartel qui conduirait à améliorer le progrès économique, par exemple en procédant à des restructurations et réductions de capacité, pourrait toujours être exempté au titre du paragraphe 3. Souvenons-nous de l'article 58 du traité CECA ; lequel autorisait, en cas de “crise manifeste” dans la sidérurgie, l'instauration de quotas de production par entreprise. Mais pour que les cartels dits “de crise” puissent être bénéfiques pour l'économie, encore faut-il que les gains d'efficacité soient démontrés et suffisants. À cet égard, l'approche européenne est particulièrement claire : il appartient aux entreprises d'expliquer la réalité et l'ampleur des gains d'efficacité générés par le cartel de crise, ainsi que leur caractère nécessaire et proportionné. Il existe en effet d'autres solutions, moins restrictives de concurrence, pour parvenir à restructurer un secteur en proie à des surcapacités : par exemple, les entreprises peuvent procéder à des fusions pour atteindre la taille critique. Si ces conditions ne sont pas cumulativement réunies, alors un cartel de crise sera simplement considéré comme... une restriction de concurrence tombant sous le coup d'une interdiction. ■

Editoriaux

Jacques Attali, Elie Cohen, Claus-Dieter Ehlermann, Jean Pisani Ferry, Ian Forrester, Eleanor Fox, Douglas H. Ginsburg, Laurence Idot, Frédéric Jenny, Arnaud Montebourg, Mario Monti, Gilbert Parleani, Jacques Steenbergen, Margrethe Vestager, Bo Vesterdorf, Denis Waelbroeck, Marc van der Woude...

Interviews

Sir Christopher Bellamy, Lord David Currie, Thierry Dahan, Jean-Louis Debré, Isabelle de Silva, François Fillon, John Fingleton, Renata B. Hesse, François Hollande, William Kovacic, Neelie Kroes, Christine Lagarde, Johannes Laitenberger, Emmanuel Macron, Robert Mahnke, Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy, Marie-Laure Sauty de Chalon, Tommaso Valletti, Christine Varney...

Dossiers

Jacques Barrot, Jean-François Bellis, David Bosco, Murielle Chagny, John Connor, Damien Gérardin, Assimakis Komninos, Christophe Lemaire, Ioannis Lianos, Pierre Moscovici, Jorge Padilla, Emil Paulis, Robert Saint-Esteben, Jacques Steenbergen, Florian Wagner-von Papp, Richard Whish...

Articles

Guy Canivet, Emmanuelle Claudel, Emmanuel Combe, Thierry Dahan, Luc Gyselen, Daniel Fasquelle, Barry Hawk, Nathalie Homobono, Laurence Idot, Frédéric Jenny, Bruno Lasserre, Luc Peeperkorn, Anne Perrot, Nicolas Petit, Catherine Prieto, Patrick Rey, Joseph Vogel, Wouter Wils...

Pratiques

Tableaux jurisprudentiels : Actualité des enquêtes de concurrence, Contentieux indemnitaires des pratiques anticoncurrentielles, Bilan de la pratique des engagements, Droit pénal et concurrence, Legal privilege, Cartel Profiles in the EU...

International

Belgium, Brésil, Canada, China, Germany, Hong-Kong, India, Japan, Luxembourg, Switzerland, Sweden, USA...

Droit & économie

Emmanuel Combe, Philippe Choné, Laurent Flochel, Frédéric Jenny, Gildas de Muizon, Jorge Padilla, Penelope Papandropoulos, Anne Perrot, Nicolas Petit, Etienne Pfister, Francesco Rosati, David Sevy, David Spector...

Chroniques

ENTENTES

Ludovic Bernardeau, Anne-Sophie Choné Grimaldi, Michel Debroux, Etienne Thomas

PRATIQUES UNILATÉRALES

Laurent Binet, Frédéric Marty, Anne Wachsmann

PRATIQUES COMMERCIALES DÉLOYALES

Frédéric Buy, Valérie Durand, Jean-Louis Fourgoux, Rodolphe Mesa, Marie-Claude Mitchell

DISTRIBUTION

Nicolas Ereseo, Dominique Ferré, Didier Ferrier, Anne-Cécile Martin

CONCENTRATIONS

Jean-François Bellis, Olivier Billard, Jean-Mathieu Cot, Ianis Girgenson, Sergio Sorinas, David Tayar

AIDES D'ÉTAT

Jacques Derenne, Bruno Stromsky, Raphaël Vuitton

PROCÉDURES

Pascal Cardonnel, Alexandre Lacresse, Christophe Lemaire

RÉGULATIONS

Orion Berg, Hubert Delzangles, Emmanuel Guillaume

MISE EN CONCURRENCE

Bertrand du Marais, Arnaud Sée

ACTIONS PUBLIQUES

Jean-Philippe Kovar, Francesco Martucci, Stéphane Rodrigues

DROITS EUROPÉENS ET ÉTRANGERS

Walid Chaiehloudj, Sophie-Anne Descoubes, Marianne Faessel, Pierre Kobel, Silvia Pietrini, Jean-Christophe Roda, François Souty, Stéphanie Yon-Courtin

Livres

Sous la direction de Stéphane Rodrigues

Revue

Christelle Adjémian, Mathilde Brabant, Emmanuel Frot, Alain Ronzano, Bastien Thomas

Concurrences est une revue trimestrielle couvrant l'ensemble des questions de droits de l'Union européenne et interne de la concurrence. Les analyses de fond sont effectuées sous forme d'articles doctrinaux, de notes de synthèse ou de tableaux jurisprudentiels. L'actualité jurisprudentielle et législative est couverte par onze chroniques thématiques.

> Abonnement Concurrences+

Devis sur demande
Quote on request

Revue et Bulletin: Versions imprimée (Revue) et électroniques (Revue et Bulletin) (avec accès multipostes pendant 1 an aux archives)
Review and Bulletin: Print (Review) and electronic versions (Review and Bulletin)
(unlimited users access for 1 year to archives)

Conférences: Accès aux documents et supports (Concurrences et universités partenaires)
Conferences: Access to all documents and recording (Concurrences and partner universities)

Livres: Accès à tous les e-Books
Books: Access to all e-Books

> Abonnements Basic

Revue Concurrences | Review Concurrences

HT
Without tax

TTC
Tax included

- | | | | |
|--------------------------|---|----------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Version électronique (accès monoposte au dernier N° en ligne pendant 1 an, pas d'accès aux archives)
<i>Electronic version (single user access to the latest online issue for 1 year, no access to archives)</i> | 545,00 € | 654,00 € |
| <input type="checkbox"/> | Version imprimée (4 N° pendant un an, pas d'accès aux archives)
<i>Print version (4 issues for 1 year, no access to archives)</i> | 595,00 € | 607,50 € |

e-Bulletin e-Competitions | e-Bulletin e-Competitions

- | | | | |
|--------------------------|---|----------|----------|
| <input type="checkbox"/> | Version électronique (accès monoposte au dernier N° en ligne pendant 1 an, pas d'accès aux archives)
<i>Electronic version (single user access to the latest online issue for 1 year, no access to archives)</i> | 760,00 € | 912,00 € |
|--------------------------|---|----------|----------|

Renseignements | Subscriber details

Prénom-Nom | *First name - Name*

Courriel | *e-mail*

Institution | *Institution*

Rue | *Street*

Ville | *City*

Code postal | *Zip Code* Pays | *Country*

N° TVA intracommunautaire | *VAT number (EU)*

Formulaire à retourner à | Send your order to:

Institut de droit de la concurrence

68 rue Amelot - 75011 Paris - France | webmaster@concurrences.com

Conditions générales (extrait) | Subscription information

Les commandes sont fermes. L'envoi de la Revue et/ou du Bulletin ont lieu dès réception du paiement complet. Consultez les conditions d'utilisation du site sur www.concurrences.com ("Notice légale").

Orders are firm and payments are not refundable. Reception of the Review and on-line access to the Review and/or the Bulletin require full prepayment. For "Terms of use", see www.concurrences.com.

Frais d'expédition Revue hors France 30 € | 30 € extra charge for shipping Review outside France